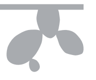


10 NORMAS BÁSICAS PARA REALIZAR PRESENTACIONES DIGITALES

Soluciones gráficas para la realización de presentaciones efectivas, serias y elegantes

NO PUEDES CONTRATAR UN DISEÑADOR CADA VEZ QUE QUIERES HACER UNA PRESENTACIÓN, POR ESO TE QUEREMOS DAR ALGUNOS CONSEJOS PARA QUE TU SOLO PUEDAS MEJORARLAS



10 NORMAS BÁSICAS PARA REALIZAR PRESENTACIONES DIGITALES

1. La importancia de la imagen, del “diseño” de tu empresa en todo momento y en todos los soportes.

2. Menos es más

3. La importancia de las TIPOGRAFÍAS (formas, tamaños y familias).

4. La combinación de COLORES y la uniformidad en todo el documento. El blanco también es un color y se debe utilizar.

5. ALINEACIONES, ordren y claridad.

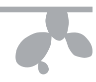
6. CONTENIDO: breve y claro. No textos largos. Corrección ortográfica.

7. PLANTILLAS: cabezeras, fondos, aplicaciones logotipo, imagen empresa.

8. DECORACIONES: puntos, guiones, símbolos.

9. UNIFORMIDAD en todo el documento, coherencia de todos los elementos.

10. ECO-CONSEJO: Apuesta por las presentaciones digitales en vez de páginas impresas.



1. La importancia de la imagen, del “diseño” de tu empresa en todo momento y en todos los soportes.

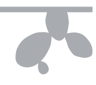
EL DISEÑO ES:

Utilidad + Estética
Funcionalidad + Estética

EL ARTE ES:

Sentimientos
Emociones
Estética

SI NO ES UTIL NI FUNCIONAL NO ES DISEÑO



2. La regla de Oro: MENOS ES MÁS.

MENOS ES MÁS.

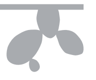
Mies van der Rohe, arquitecto.

SI A UN DISEÑO SE LE PUEDE SACAR ALGUNA COSA Y SE QUEDA IGUAL, QUITALA.

Philipe Starck, diseñador.

EL DISSEÑO ES ORDEN.
Ariadna Albareda

SABER DISEÑAR ES TENER CONSCIENCIA DE LA ESTRUCTURA DE LA INFORMACIÓN.
Marta Riudavets



3. La importancia de las TIPOGRAFÍAS (formas, tamaños y familias).

TIPOS DE TIPOGRAFÍAS:

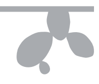
Palo Seco : Arial Rotis Eurostile

Romanas: Times New Roman Garamond

Fantasia: Comic Sans Papyrus Palace Blackadder

NO UTILIZAR LETRAS DE FANTASIA, dan sensación de poca seriedad y son de difícil lectura

NO MEZCLAR TIPOGRAFÍAS, produce sensación de desordren.



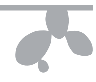
3. La importancia de las TIPOGRAFÍAS (formas, tamaños y familias).

FAMILIAS DE LAS TIPOGRAFÍAS:

Normal:	Helvética
Light:	Helvética
Negrita/Bold:	**Helvética**
Extra Bold:	**Helvética**
Cursiva:	*Helvética*

Utilización de minúsculas y MAYÚSCULAS helvética HELVÉTICA

Utilización de diferentes tamaños helvética helvética



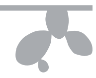
4. La importancia de los COLORES.

COMBINACIÓN
UNIFORMIDAD

Es preferible poner 2 o 3 colores, no más.
Hay que respetar las tonalidades del LOGO.
Se pueden utilizar las tramas de los colores (+oscuro o +claro).
Evitar los degradados, producen sensación de desorden.

Si no dominas la combinación de colores lo mejor es utilizar el blanco y el negro, y solo poner color a tu logotipo o a los títulos, pero que éstos sean igual al color del logotipo.

EL **BLANCO** TAMBIÉN ES UN **COLOR**. Y debe usarse.



4. La importancia de los COLORES.

Qué se lee mejor?

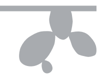
Negro sobre Blanco

Blanco sobre Negro

(cansa la vista)

Color sobre color

Color sobre color



4. La importancia de los COLORES.

La lectura óptima es: NEGRO / OSCURO sobre BLANCO / CLARO

Por tanto es preferible un FONDO BLANCO para la lectura.

Normalmente los logotipos (de colaboradores, etc) tienen un cuadro de fondo blanco. El fondo blanco de vuestra presentación hará que no se vean los márgenes que delimitan los logos.

El fondo liso también es favorable para la lectura y para introducir imágenes (que normalmente también tienen un recuadro blanco de fondo). Da sensación de pulcritud y ordren.

Para imprimir los apuntes también es preferible fondo blanco ya que las impresiones en tinta y láser quedan más pulcras y gastan menos.



5. ALINEACIONES, ordren y claridad

Todos los elementos de la página deben estar alineados entre ellos siguiendo siempre un mismo criterio, una misma coherencia.

También hay que tener en cuenta los espacios que quedan en blanco.

siempre dejar la misma distancia

5. ALINEACIONES, ordren y claridad

Todos los elementos de la página deben estar alineados entre si siguiendo simpre un mismo criterio, una misma coherencia.

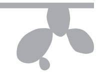
También debemos tener en cuenta los espacios que quedan en blanco.

los textos tienen que empezar en la misma línea

la cabezera y el pié tam-bién en la misma línea

la cabezera y el pié tam-bién en la misma línea.

si la línea de base está centrada el texto de base también lo centraremos



5. ALINEACIONES, ordren y claridad

Formas de alinear el texto:

ALINEADO A LA IZQUIERDA

Simus Ad inte adesico ribus, nit. Itarivis con hocasda cieris inpra, cone que rei tandit, temus, conesimis.

ALINEADO A LA DERECHA

Simus Ad inte adesico ribus, nit. Itarivis con hocasda cieris inpra, cone que rei tandit, temus, conesimis.

JUSTIFICADO

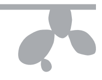
Simus Ad inte adesico ribus, nit. Itarivis con hocasda cieris inpra, cone que rei tandit, temus, conesimis.

Simus Ad inte adesico ribus, nit. Itarivis con hocasda cieris inpra, cone que rei tandit, temus, conesimis.

Simus Ad inte adesico ribus, nit. Itarivis con hocasda cieris inpra, cone que rei tandit, temus, conesimis.

CENTRADO

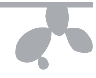
Simus Ad inte adesico ribus, nit. Itarivis con hocasda cieris inpra, cone que rei tandit, temus, conesimis.



6. CONTENIDO, breve y claro. No textos largos. Corrección ortográfica.

El texto es probablemente lo más importante por tanto hay que mirar que **no haya faltas de ortografía.**
Normalización Linguística hace correcciones cortas y aclaramientos vía e-mail o teléfono de forma gratuita.

No debemos oblidar que una presentación es un **resumen** por el cual los textos deben ser cortos.
Frases y ideas claras.
Si el texto es largo podemos incluir **negritas** o **resaltados** para agilizar la lectura.
Si conviene podemos hacer **iconos** representando las ideas.
Se puede dar a los asistentes **más información** escrita en formato **pdf**, de forma redactada.



7. PLANTILLAS: cabeceras, fondos, aplicaciones logotipo, imagen empresa

El tiempo es oro y la **PLANTILLA** ahorra tiempo.

En la Plantilla hay que poner:

- cabecera
- logotipo empresa
- dirección empresa
- delimitar los márgenes y guías de alineación de los textos

A parte de ahorrar tiempo, con la plantilla aseguras UNIFORMIDAD en todo el documento.

CABECERA vs. FONDO

Si el fondo blanco te parece demasiado “soso” y quieres darle “vida” a tu presentación se puede hacer en la cabezera y en el fondo.



7. PLANTILLAS: cabeceras, fondos, aplicaciones logotipo, imagen empresa

CABECERAS CON COLOR

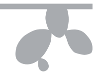
En este caso aplicaremos (otra vez) las normas establecidas hasta ahora, en tipografía, color, etc.

cactus disseny ... comunicació activa

ptge. edgardo ricetti, 8a | 08208 | sabadell | barcelona | 93 723 73 39 | www.cactus-disseny.com | estudi@cactus-disseny.com

cactus disseny ... comunicació activa

ptge. edgardo ricetti, 8a | 08208 | sabadell | barcelona | 93 723 73 39 | www.cactus-disseny.com | estudi@cactus-disseny.com



8. DECORACIONES: puntos, guiones, símbolos

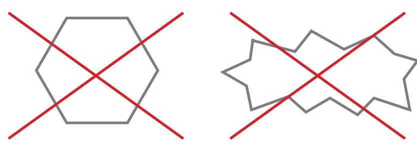
Aquí aplicaremos las reglas de oro:

- Menos es más.
- Si a un diseño le puedes quitar alguna cosa y se queda igual, quítala.

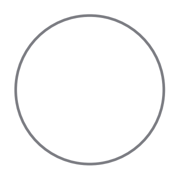
Así como la igualdad de criterios y uniformidad.

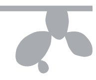
RECOMENDAMOS PONER SOLO **PUNTOS** y **GUIONES.**
(no queda soso, queda elegante)

PARA DIAGRAMAS RECOMENDAMOS UTILIZAR FORMAS **CUADRADAS** y **REDONDAS.**
(no utilizar formas complejas)









9. UNIFORMIDAD en todo el documento, coherencia de todos los elementos, unidad.

La misma Tipografía

Los mismos Colores

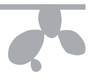
Los mismos Fondos

Los mismos Gráficos

Los mismos Símbolos

La misma Distribución

ptge. edgardo ricetti, 8a | 08208 | sabadell | barcelona | 93 723 73 39 | www.cactus-disseny.com | estudi@cactus-disseny.com



10. ECO-CONSEJO: Apuesta por las presentaciones digitales en vez de páginas impresas.

Imprimir las presentaciones, no es ecológico.

OPCIONES:

- Pasar un pdf a todos los asitentes vía e-mail, antes o después de la jornada, o posiblidad de descargarse el documento de la web.

Ventajas: Ahorro económico

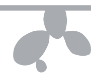
El medio ambiente sale ganando

Consigues e-mails de contacto o visitas a la web

- Si se quiere, se pueden reducir par imprimir.

Consejos: Impresión a 2 caras

Adaptar el texto a formato redacción en vez de diapositiva



MUCHAS GRACIAS A TODOS

ariadna@cactus-disseny.com